STENO TEDESCHI

L'ABITUDINE NELLA VALUTAZIONE

Estratto dalla *Rivista di Psicologia applicata*

pubblicata e diretta da G. C. FERRARI

Marzo-Aprile 1909 — Anno V, N. 2

BOLOGNA

STABILIMENTO POLIGRAFICO EMILIANO

Piazza Cavour, 6 - Palazzo Loup

1909

ASA 3783
FONDAMENTI/5/70

BIBLIOTECA TSA AS
UNIVERSITÀ
TRIESTE

1. — Il fatto di valore.

Uno dei concetti che più vigorosamente s'impose alle menti dei filosofi in quest'ultimo quindicennio, è indubbiamente quello del valore. Dai campi delle scienze matematiche e delle empiriche, da quei delle scienze storiche e delle economiche-sociali dovunque sorgono problemi di natura valutativa, dovunque è un analizzare, è un discutere il concetto del valore. Sino ad un certo punto il valore potrebbe essere considerato una proprietà degli oggetti. Si potrebbe cioè attribuire valore agli oggetti come si attribuiscono loro altre proprietà percepite mediante i sensi. Questa infatti è l'interpretazione più primitiva e più comune del fatto di valore, il quale in tal modo viene ad essere una proprietà oggettiva, invariabile, indipendente dal soggetto, in forza della quale questi appetisce l'oggetto. «Appetitur aliquid quia bonum est». Tale fu ritenuto il valore per molti secoli; ed era questo concepimento così tenacemente collegato al modo di pensare e di agire del suo tempo, che la minima allusione ad un soggettivismo etico, passava diggià per eresia spregevole ed immorale. Noi, in consonanza con le moderne teorie psicologiche dei valori, non proiettiamo il valore nell'oggetto stesso, ma lo cerchiamo invece negli avvenimenti soggettivi, nei sentimenti di valore, che accompagnano il fatto di valore. Perchè è ben duopo tener presente, che il valore non dipende soltanto dall'oggetto valutato, ma ben anche dal soggetto valutante. Non solo oggetti diversi di fronte ai medesimi soggetti possono destare

dei fatti di valore differenti, ma anche oggetti uguali, di fronte a soggetti diversi, possono subire differenti valutazioni.

Ad ogni fatto di valore fa riscontro nel soggetto, un sentimento di valore. Se voi pensate ad una cosa cara, ad una persona amata, ad un oggetto per voi sommamente prezioso, sentirete a questo solo pensiero un certo non so che, un certo godimento, che psicologicamente non è nè un giudizio, nè una rappresentazione, ma è un sentimento, un sentimento di valore. Il quale meglio ancora si farà palese se voi, per un istante soltanto imaginate che quella persona cara, quell'oggetto prezioso, vi venga a mancare: proverete allora in certo modo uno stringimento al cuore, una depressione generale, un senso diffuso di pena, in altri termini proverete un sentimento di dolore accompagnato dai suoi principali caratteri somatici. Questo sentimento è detto in tal caso sentimento di valore. Constatiamo dunque anzi tutto che al fatto di valore corrisponde nel soggetto un sentimento, di piacere o di dispiacere, a seconda che il fatto di valore è positivo o negativo.

Qual'è la causa di questo sentimento? La rappresentazione, reale o di fantasia, dell'oggetto? Una breve considerazione ci convincerà del contrario.

Con poco sforzo, voi riuscireste a destare nella vostra fantasia, per poco che abbiate facoltà rappresentative, l'imagine di una biblioteca ripiena di libri, di una gemma preziosissima, di un fiore incomparabile per colore e per olezzo, e che so io ancora; ebbene, nessuna di queste imagini avrà il potere di destare in voi un sentimento di valore, simile a quello che provate di fronte ad un oggetto qualsiasi di reale esistenza. Se la vostra facoltà imaginativa è molto sviluppata, se siete pittore, a mo' d'esempio, riuscirete forse a destare in voi una rappresentazione di fantasia sì plastica e contemporaneamente anche sì bella da provare un piacere nel contemplarla, da bearvi dei vostri propri sogni; il sentimento che provate in tal caso è un sentimento di ammirazione, di piacere estetico. È lo stesso sentimento che provereste qualora quei medesimi oggetti fossero dipinti. Le imagini degli oggetti eccitano in voi dei sentimenti, ma non già dei sentimenti di valore. Affinchè questi possano realizzarsi, fa duopo che alla rappresentazione si aggiunga la vostra convinzione che quella tal biblioteca, quella

tal gemma, quel tal fiore esistano veramente con tutte le loro proprietà. Finchè questa convinzione vi viene a mancare, il che v' accade a mo' d' esempio sempre nel puro contemplare l'imagine di un oggetto, proverete dei sentimenti di piacere estetico, goderete la bellezza ad esempio del quadro, sentirete forse anche altri sentimenti di fantasia, compassione, ribrezzo, timore, ma mai un sentimento di valore.

Appena la vostra convinzione, o per adottare il termine psicologico, il vostro giudizio che l' oggetto esiste, che l' oggetto *è*, avrà il potere di provocare in voi un fatto di valore. Quindi è che i sentimenti di valore vengono anche chiamati *sentimenti di giudizio*.

Ma non ogni sentimento, non ogni avvenimento della nostra vita emotiva deve avere per sua naturale premessa la convinzione che l' oggetto sul quale è diretto il vostro sentire esista veramente. Anzi, un' intera, vastissima categoria di sentimenti, n' è completamente indipendente; quella categoria cioè che forma l' essenza del vostro godimento estetico.

Che importa diffatti che le imagini dolcissime che voi sapete evocare nel vostro animo esistano o no? Esse possono essere belle, infinitamente belle lo stesso. Che importa ch' esista la melodia che seguite mentalmente? (dove in genere *esiste* la melodia?), che importa ch' esista veramente quel tale eroe shakesperiano o quella tal madonna di Raffaello? Voi ammirate le linee perfettissime, la soavità dell' espressione, la forza del dialogo, delle passioni e tutte quelle bellezze nelle quali principalmente consistono i pregi delle cose artistiche, ed è indifferente per il vostro sentimento di ammirazione estetica che quegli oggetti o quegli avvenimenti esistano o no.

Ecco perchè si sogliono opporre i sentimenti estetici a quei di valore; questi dipendono dalla nostra convinzione che l'oggetto al quale si riferiscono esista, quegli derivano dalla sola rappresentazione dell' oggetto ed appartengono quindi ai cosidetti *sentimenti di rappresentazione* (1).

(1) Sulle teorie psicologiche qui svolte vedi anche: MEINONG: *Psych. ethische Untersuchungen zur Werttheorie, Graz.* Witasek, « Grundzüge der alleg. Ästhetik ». *Witasek, Grundlinien der Psychologie.* S. TEDESCHI: *La coscienza estetica secondo S. Witasek,* « Cultura fil. », anno N. 5, 8; del medesimo autore, *Valore e abitudine,* « Rivista fil. », Settembre-ottobre 1907.

Affinchè dunque si attribuisca valore ad un oggetto è necessario che alla rappresentazione dello stesso, si associ la nostra convinzione che esso, oggetto, esista. E ciò può dirsi difatti vero per buona parte dei valori, non per tutti però. Non pochi oggetti di valore, e particolarmente quegli che più di frequente ci avviene d' incontrare nella vita quotidiana, non riescono minimamente ad eccitare in condizioni normali la nostra vita emotiva. L' amico, nel quale c' incontriamo ogni giorno, il quadro, che pende alla parete del nostro studio, la coscienza del nostro stato di salute non sono comunemente accompagnati da alcun manifesto movimento sentimentale. Nondimeno essi rappresentano degli oggetti di valore, ai quali però ci siamo col tempo tanto assuefatti da non riconoscerli più tali, o per meglio dire ci accorgiamo del loro valore non appena l' oggetto ci viene a mancare o non appena ci immaginiamo ch' esso cessi di esistere. Solo l' ammalato sa valutare adeguatamente la salute, solo alla perdita dell' amico ci accorgiamo del valore della sua amicizia; e quel senso di scontentezza che c' invade nel notare la sparizione dell' imagine cara, ci palesa appena tutto il valore che rappresentava per noi. Vi sono dunque valori che appariscono appena all' ipotesi della non-esistenza dell' oggetto valutato. Tali valori potrebbero chiamarsi *valori latenti*.

Dicemmo che il fatto di valore è un avvenimento soggettivo. Che differenza passa ora tra la soggettività del fatto di valore e quella delle proprietà fisiche dei corpi?

Se un soggetto S reagisce di fronte ad una determinata serie di oggetti A, B, C... in modo da trovare in ognuno d'essi una qualità sensitiva (α) comune, un rosso ad esempio, sta il fatto che un soggetto S_1, troverà in condizioni normali e di fronte agli stessi oggetti, una qualità sensitiva comune β. Ora, per ipotesi, α può, ma non deve, esser uguale a β; anzi manchiamo completamente dei mezzi per stabilire l' identità, rispettivamente la diversità di α e di β. Nel giudizio di valore invece questa legge non è applicabile. Un soggetto S può aggiudicare a tutti i termini di una serie di oggetti A, B, C.....

un determinato e uguale valore positivo o negativo; un soggetto S_1, invece, di fronte ai medesimi oggetti può formulare per ciascun termine un giudizio di valore differente. In altre parole: una serie di oggetti che subì da parte di un soggetto una valutazione omogenea, può subire da parte di un secondo soggetto una valutazione eterogenea.

Oggetti uguali di fronte a soggetti diversi possono aver valore diverso. La valutazione dipende quindi non solo dall'oggetto, ma anche dal soggetto. Senonchè una dipendenza dal soggetto può esistere anche nelle proprietà sensitive. Non è possibile asserire con certezza che gli α del soggetto S siano uguali ai β del soggetto S_1, ai γ del soggetto S_2 ecc. ecc. Un variare delle sensazioni col variare del soggetto non è escluso in precedenza neanche nelle percezioni sensitive. L'asserire quindi semplicemente che oggetti uguali possono subire da parte di soggetti differenti, valutazioni diverse, non costituisce ancora nessuna caratteristica bastevole a distinguere il fatto di valore da altri fatti psichici, dalle sensazioni ad esempio. Ciò che invece forma una particolarità tutta propria alla valutazione è la circostanza che una serie di oggetti che subì una valutazione omogenea da parte di un soggetto S, può subirne una eterogenea da parte di un soggetto S_1. Aggiungete ora, che mentre nel campo delle sensazioni, ci viene completamente a mancare un mezzo per stabilire l'identità o la diversità di α e β, delle sensazioni *rosso*, ad esempio, destate in due differenti soggetti, la valutazione, essendo un fatto della vita emotiva, è accompagnata da tali manifestazioni organiche (espressioni di gioia, di dolore, contrazione dei muscoli facciali ecc. ecc.) da non lasciare alcun dubbio, se non nella speciale sfumatura del sentimento, se non nel suo grado d intensità per lo meno in quella caratteristica essenziale dei sentimenti ch'è detta qualità, e che si sintetizza negli opposti: gioia - dolore.

2. — Valore d'abitudine.

Vivre c' est s' habituer scrisse recentemente un eminente fisiologo francese. Senza limiti infatti è l'influenza dell'abitudine su ogni manifestazione umana. Essa domina sino dalla

nostra giovinezza, più o meno palesemente la maggior parte dei nostri atti volitivi, è dessa che soffoca le più vigorose disposizioni, che placa le più possenti passioni, che suscita simpatie e antipatie, che crea e distrugge valori etici ed estetici.

Non è però nostro intendimento tracciare una psicologia generale dell'abitudine, svolta del resto ampiamente in ogni trattato di psicologia. Noi interessa il fatto d'abitudine solo quale fattore valutativo, solo in quanto cioè, è capace di esercitare un'influenza nella valutazione. Influenza che non isfuggì certo all'EHRENFELS nella sua teoria dei valori, ma di cui egli non seppe nè fissare le condizioni, nè segnare i confini. Egli si limitò a constatare che l'abitudine ottunde i sentimenti e crea dei bisogni. (1) Più preciso forse riuscì l'AMESEDER nello studio: *Ueber Wertschönheit*, pubblicato nella *Zeitschrift für Ästhetik und allg. Kunstwissenschaft* (Vol. I, II fascicolo), nel quale, per vero dire non ancora con troppa sicura convinzione, ma pure abbastanza esplicitamente, attribuisce all'abitudine non solo la capacità di creare dei bisogni, ma anche quella di creare dei valori. « Sembra che noi s'aggiudichi valori a tutto ciò cui ci assuefiamo, che l'abitudine nel suo aspetto emotivo sia da considerarsi quale disposizione valutativa ». E in nota alla medesima pagina: « Se ben si vede, questo fatto potrebbe aspirare alla dignità d'una legge valutativa. »

Che all'abitudine spetti una notevole forza creatrice di valori non v'ha dubbio. Infiniti esempi ce lo insegnano chiaramente.

Una città che in origine c'era indifferente, ma nella quale soggiornammo più a lungo, ci diverrà col tempo cara, gli uomini, le persone di servizio a mo' d'esempio, che rivediamo giornalmente, finiscono coll'occupare per abitudine una certa posizione nella nostra sfera d'interessi; in genere, luoghi, cose, persone, che di per sè non vanno distinti per alcun valore, finiscono col divenirci preziosi per sola abitudine. L'ori-

(1) EHRENFELS: *System der Werttheorie*, I, pag. 121.

gine del loro valore rimane però per lo più così ben celata, che noi nella maggior parte dei casi non arriviamo a distinguere l'oro dall'orpello, il valore proprio di un oggetto dal valore acquisito per abitudine. È buona parte del lavoro scientifico e del progresso sociale è diretto quindi a staccare dai concetti della scienza, dagli idoli della società e dai dettami della morale, quella parte di valore che non corrisponde alla nostra originale e naturale reazione emotiva di fronte ad essi, ma è invece una conseguenza della loro ripetuta appercezione.

I valori d'abitudine sono valori latenti. Essi appariscono appena all'ipotesi della non-esistenza dell'oggetto valutato. È bisogno immaginare che l'oggetto non esista per sentirne il valore, il quale quindi corrisponde al sentimento valutativo riferito al caso di non-esistenza. Ne proviene che la grandezza dei valori d'abitudine non dipende tanto dall'intensità con la quale si valuta l'esistenza dell'oggetto, quanto dall'intensità del disvalore destato dalla non-esistenza. È più funzione dell'intensità del sentimento valutativo connesso col caso di non-esistenza, che non di quello concesso col caso di esistenza. Quindi non è possibile asserire che le premesse sieno direttamente dipendenti le une dalle altre, nel senso che quanto più mi rallegro dell'esistenza d'una cosa, tanto più dovrei addolorarmi della sua non-esistenza; la grandezza del valore d'abitudine può essere quasi insensibile mentre l'oggetto esiste, e farsi all'opposto intensissima non appena si giudica o s'ammette che non esiste.

3. — Gli oggetti di valore d'abitudine.

Chi cerchi degli elementi atti ad una classificazione degli oggetti di valore che tangono gli interessi umani, s'accorge tosto dell'infruttuosità dei suoi sforzi; ogni oggetto rappresentabile può esser accompagnato da un movimento emotivo; tanto può far piacere il proprio dolore, quanto può addolorare la propria gioia. Ogni oggetto, anche il più assurdo, anche il più insignificante può assurgere in certe e determinate circostanze a dignità d'oggetto di valore. La storia dei popoli, quella delle tradizioni e delle superstizioni umane, è tutta un

combattersi, un travolgersi, un susseguirsi di simulacri e di idoli d'argilla, che sfrondati dall' inviluppo emotivo, dalla misera patina d' orpello onde l' ignoranza, la passione e l' odio umano li avvolse, lasciano trasparire tutta la vacuità, tutta la miseria del loro essere.

Una classificazione degli oggetti di valore equivarrebbe quindi ad una classificazione degli oggetti in genere, ed entrerebbe già nel compito della scienza. Gli oggetti di valore d'abitudine sembrano invece far qui un' eccezione. Perchè se è ben vero che qualunque oggetto, come dicemmo anche il più insignificante e più assurdo, è capace di dare origine ad un fatto di valore, non sembra invece che ogni oggetto possa acquistare valore per abitudine.

Mondo interno e mondo esterno si presentano al nostro Io col tramite di tre fatti psichici fondamentali: delle rappresentazioni, dei giudizi e dei sentimenti. Può la continua ripetizione d' ognuno d' essi destare un fatto di valore?

Consideriamo anzitutto i giudizi. Se prestiamo ascolto ai modi di dire volgari sembrerebbe che l' abitudine ai giudizi abbia effetto valutativo. O non si accusa il tal dei tali d' essersi ormai abituato al suo modo di pensare, non gli si rimprovera di giudicare le cose secondo le sue abitudini?

Non credo di cogliere in fallo asserendo però che tal modo di dire, non che esprimere molto inadeguatamente le condizioni psicologiche di chi giudica, confonde il sentire col giudicare. Perchè se in casi simili v' entra realmente l' abitudine, questa non tange il giudicare, ma il sentire. L' uomo che a parer di molti s' è abituato ad un determinato modo di pensare, s' è invece assuefatto ad un determinato modo di sentire, o per meglio dire, egli reagisce solamente dinanzi a determinati valori etici o estetici, rimanendo insensibile di fronte a tutti gli altri.

D' altronde un giudizio è una convinzione, e se una convinzione è già perfettamente evidente sino dal primo suo sorgere, non v' è ragione di ammettere che coll' abitudine essa aumenti o diminuisca in evidenza. Inoltre: se l' abitudine ai giudizi avesse effetto valutativo, il pensare ad un giudizio riconosciuto erroneo, ad una convinzione passata che cessò quindi d' esser

tale, dovrebbe avere un effetto valutativo, eccitare cioè ancora sempre un sentimento di valore, il che invece, com'è noto, non è dato osservare. Riconosciuta falsa una convinzione, essa cessa di costituire un valore, ad onta di ogni abitudine. Di un effetto valutativo dell'abitudine ai giudizi non si può quindi parlare.

Esiste forse un effetto valutativo dell'abitudine ai sentimenti? È noto che l'abitudine smorza, ottunde i sentimenti, i quali ad una continua, ininterrotta ripetizione non trovano più alcuna risonanza nelle nostre corde emotive. La premessa sentimentale che prima dell'abitudine ci scuoteva sì profondamente, ora ci lascia freddi, insensibili, *abituati*. Ed è bene, anzi biologicamente, è indispensabile che sia così. Perchè se tutta l'infinita marea di sentimenti che nel volger degli anni, passa dinanzi la coscienza nostra, dovesse essere costantemente presente all'occhio interno, in tutte le sue crisi, in tutte le sue sfumature, dall'angoscia più dura, alla gioia più viva, la vita nostra sarebbe insopportabile. L'abitudine, smorzando, ottundendo, cancellando, ci sgrava dal pondo del passato e spiana la mente al futuro. Di un effetto valutativo dell'abitudine ai sentimenti non v'ha quindi traccia nell'esperienza.

Ma se l'abitudine viene a esercitare un'azione smorzante su ogni sentimento, è chiaro che la eserciterà anche di fronte ai sentimenti di valore. Ne verrà quindi che un oggetto di valore subirà gli effetti dell'abitudine in due direzioni: subirà cioè un'azione svalorante in seguito all'abitudine al suo valore, in seguito allo smorzarsi cioè del sentimento di valore destato, e un'azione avvalorante per l'abitudine all'oggetto stesso. Non soltanto un oggetto che prima dell'abitudine ci era completamente indifferente, può acquistare per abitudine un'intonazione emotiva che lo eleva alla dignità d'oggetto di valore, ma anche il valore e il disvalore stesso inerente ad un oggetto prima di ogni abitudine, ne risentono, come ogni stato emotivo, gli effetti smorzanti. Una villa per la quale abbiamo fatto i più grandi sacrifizi nel momento dell'acquisto, perde buona parte del suo valore, via via che ci abituiamo al pensiero del suo possesso; raramente l'uomo sano stima tutto il valore della salute; appena una malattia gli insegna ad apprezzarla adeguatamente. Anche i disvalori ne subiscono gli

inevitabili effetti; guai se il sentimento di disvalore che desta in noi la notizia della perdita d' un nostro caro, si conservasse sempre con eguale intensità. I pensieri più tristi, gli oggetti più antipatici, gli atti più odiosi, gli spettacoli più miserevoli, perdono coll' abitudine buona parte di ciò che hanno di repugnante. E nei valori e nei disvalori che dominano le morali dei popoli, convergono di riflesso gli effetti delle abitudini d'intere generazioni.

Se un oggetto dispone dunque di un valore proprio positivo, quella componente valutativa che gli si aggiunge per effetto dell' abitudine è per lo più completamente eliminata dalla contemporanea diminuzione del valore proprio dell' oggetto. Se l' oggetto ha invece valore negativo, l'abitudine può indebolire il sentimento di disvalore sino a ridurlo all' intensità zero, senza riuscire però mai a cangiarlo in sentimento positivo. Se ora l'oggetto riesce ciononostante a determinare un fatto di valore positivo, è segno che quello generato dall'abitudine all' oggetto supera il disvalore proprio, inerente all'oggetto come residuo dell' azione smorzante dell' abitudine.

4. — La ripetuta appercezione delle rappresentazioni.

Gli effetti dell' abitudine alle rappresentazioni di qualsivoglia natura sieno, sono sempre delle alterazioni fisiche o psichiche, che la ripetuta appercezione di determinati oggetti, desta in noi. È probabile ora che rispetto alle rappresentazioni queste disposizioni abbiano a variare a seconda delle origini delle rappresentazioni stesse. Non è escluso cioè che gli effetti dell' abitudine abbiano a manifestarsi in modo diverso di fronte a rappresentazioni realizzantesi al di fuori di ogni attività psichica e di fronte a rappresentazioni che sono invece il prodotto di un lavoro psichico speciale. Non sarà quindi fuor di luogo considerare ognuna delle due categorie di per sè, e cercare rispetto ad ognuna di esse gli effetti che vi opera l' abitudine.

Essendo però la citata distinzione delle rappresentazioni, un prodotto della psicologia più recente, stimiamo opportuno,

a maggior chiarezza delle nostre intenzioni, fissare anzitutto gli argomenti che parlano in suo favore.

Buona parte della conoscenza del reale noi l'acquistiamo mediante le sensazioni, mediante rappresentazioni percettive cioè, di contenuto semplice e fisico. Ma non tutta la conoscenza del reale è sensazione. Al di fuori dei colori, degli odori, dei suoni, vi sono corpi, spazi, melodie, ritmi, simiglianze, differenze, rapporti, numeri e così via, i quali tutti si basano su sensazioni, ma non sono sensazioni. La melodia è basata sui suoni, ma il complesso dei suoni non è ancora la melodia. I suoni nel loro assieme formano cioè diversi suoni, senza alcun nesso tra di loro, ma non formano ancora la melodia. Non avviene talvolta, specialmente alla prima audizione di un brano musicale complesso, di udire bensì i singoli suoni, ma di non afferrare la melodia? Non è d'altronde possibile trasportare una melodia da una tonalità in un'altra, in modo che la nuova non abbia nemmeno un suono comune con la vecchia? Se da un complesso di suoni totalmente diverso dal primo, risulta pur sempre la medesima melodia, questa evidentemente non può esser identica ai suoni. I quali pervengono alla nostra coscienza col tramite degli organi sensitivi, senza ch' essa vi contribuisca minimamente. Non così invece si realizza la rappresentazione della melodia. Un semplice complesso di suoni non costituisce ancora una melodia se esso non è prima sottoposto ad un processo speciale di elaborazione psichica, dal quale appena nasce la nuova rappresentazione melodica. Essa è indubbiamente qualcosa di nuovo di fronte al complesso di suoni; li contiene tutti, ma rispetto ad essi è qualcosa di più. Questo di più è una pura produzione del soggetto, basata sulla rappresentazione dei suoni.

Questo medesimo vale ora per la rappresentazione di forme spaziali, del moto, delle simiglianze ecc. ecc. Di fronte ai loro elementi rappresentativi, siano questi suoni, luoghi spaziali, momenti temporali o che so io, il loro contenuto costituisce un di più, qualcosa di nuovo. La rappresentazione di un determinato *numero* di oggetti, a mo' d' esempio di cinque oggetti, non è certo, per chi ben vede, identica alla rappresentazione di alcuni oggetti, posti in numero di cinque l' uno accanto all' altro.

Lo stimolo esterno e l' organo sensitivo non bastano da soli alla formazione di queste rappresentazioni, è bisogno che si aggiunga ancora una certa attività psichica. Perchè esse, a differenza delle semplici sensazioni, sono sino ad un certo punto, soggette alla nostra volontà. Osservando due punti neri che ci stanno dinanzi, possiamo, basandosi su di essi, giungere a delle rappresentazioni totalmente diverse. Possiamo, a mo' d'esempio, richiamarci la rappresentazione del numero due, o quella della loro distanza, o quella della retta che li congiunge, o quella di differenza tra il loro colore e quello del loro fondo, e così via.

Tali rappresentazioni non risultano come vedemmo dall' azione immediata degli organi sensitivi, ma vengono appena a formarsi nel soggetto, mercè una sua speciale attività, per via però strettamente causale. Esse differiscono quindi essenzialmente dalle semplici sensazioni e vanno considerate a sè sotto il nome di *rappresentazioni prodotte*. A seconda dell'attività psichica che le produce, attività ch' è detta anche *produzione rappresentativa*, possono essere distinte in tre categorie principali: nelle rappresentazioni di forme, di comparazione e di congiunzione. Esempi delle prime sarebbero le rappresentazioni di rette, di cerchi, di corpi ecc. ecc. Il complesso di elementi spaziali sui quali si basano, può dar origine alle più varie rappresentazioni di forme. Così di quattro punti disposti secondo i vertici di un quadrato : : si possono a volontà formare le rappresentazioni di un quadrato, quella di due croci oblique, di due rette orizzontali, di due triangoli rettangoli e così via. In modo analogo le forme temporali sono composte da elementi di tempo; il moto è invece costituito tanto da elementi temporali, quanto da elementi spaziali; lo si potrebbe chiamare una forma spaziale distribuita nel tempo, mentre la melodia rappresenterebbe una forma sonora distribuita nel tempo.

Anche la rassomiglianza e la differenza sono delle rappresentazioni prodotte. Dov'è che comparando due oggetti, si percepisca la loro differenza o la loro simiglianza? Si percepisce l' uno e l' altro oggetto di comparazione, ma nè la loro rassomiglianza, nè la loro differenza è direttamente percetti-

bile mediante i sensi. Tanto l'una che l'altra risultano appena da un' attività psichica speciale: la comparazione.

La terza categoria di rappresentazioni è costituita dalle rappresentazioni di congiunzione. La rappresentazione di « terra e mare » non è nè identica alle rappresentazioni di « terra » e di « mare » prese singolarmente, nè prese contemporaneamente. Nella congiunzione delle due rappresentazioni si rappresenta qualcosa di più, che non è contenuto nè in quella di « terra » nè in quella di « mare », che non ha quindi realtà, ma risulta appena dalla loro unione. È da questo processo, apparentemente sì insignificante, che hanno origini le rappresentazioni dei numeri.

Una rappresentazione prodotta è dunque qualcosa di più della somma dei suoi componenti, questo di più non è però afferrabile nè scomponendo la rappresentazione, nè isolando i singoli componenti; esso si dilegua quasi nella scomposizione, vi appare però subito nella ricomposizione. Le semplici sensazioni, fondamento alle rappresentazioni complesse, sono dette rappresentazioni *inferiori*, all' opposto della rappresentazione irreale che le congiunge, ch' è detta rappresentazione *superiore*. Le prime, pur rimanendo invariate, possono fungere da elementi a rappresentazioni prodotte totalmente diverse. Con lo stesso numero e la stessa qualità di suoni, si possono creare le più varie melodie; la forma superiore rimane in tal caso costante, varia invece l' inferiore (1). Legittimata così la citata divisione delle rappresentazioni, non riuscirà punto difficile determinare gli effetti che vi esercita l' abitudine rispetto ad ognuna delle due categorie.

Per quanto riguarda le semplici sensazioni, è noto che una serie continua di sensazioni uguali s' indebolisce in quasi tutti i campi sensitivi. Uno stimolo odoroso, continuo e ininterrotto, finisce col perdere ogni effetto; nelle sensazioni visive subentra l' adattamento locale o totale, persino nel campo uditivo ad

(1) Sulla teoria delle rappresentazioni prodotte, vedi: EHRENFELS: *Ueber Gestaltqualitäten*. « Vierteljahrschr für wiss. Phil. », 1890 — MEINONG: *Ueber Gegenstände höherer Ordnung*, «Zeitschr. für Phys d Sinnesorg. » V. 21, 1899. WITASECK: *Grundlinien der Psychologie*, Lispsia, Dürrsche Buchhandlung, 1908.

una sensazione molto intensa sembra succedere una certa stanchezza dell'organo, come dimostra tra altro anche il noto esperimento del MACH. L'abitudine alle sensazioni ne smorza l'intensità, le ottunde, ma non desta alcun fatto di valore. E ciò non ci sorprende punto. È noto diffatti che ad una melodia ci si può dopo parecchie appercezioni abituare in modo, che essa venga a destare in noi un movimento emotivo, non notato alla prima audizione. La melodia acquistò bellezza e rispettivamente valore per abitudine. Ma il valore non è inerente al complesso dei suoni, alla rappresentazione inferiore cioè, bensì alla *forma sonora*. Perchè se così non fosse, come potrebbe la stessa melodia, trasportata in un' altra tonalità, destare sempre ancora un fatto di valore? Nelle variazioni della moda, e nelle abitudini che in virtù d'essa subentrano, non è certo il cangiare del colore di un vestito che riesce disaggradevole; è il più lieve scostarsi invece dalle *forme* imperanti che cagiona un senso di disgusto. (1) Il variare del colore non è di per sè congiunto ad alcuna oscillazione dell' equilibrio sentimentale.

Un effetto valutativo dell' abitudine alle semplici sensazioni non è dato osservare nell' esperienza. È lecito invece credere che esso esista per le rappresentazioni prodotte.

È la *forma melodica* che acquista col tempo valore e non i singoli suoni da cui risulta, è la *forma* del vestito di moda che coll' abitudine determina un fatto di valore, sicchè un discostarsi da essa, un ritornare a forme antiche, inusate, produce un' impressione penosa ed è concepito quale disvalore. E chi considera la rete fittissima d' abitudini che determinano tanta parte delle volizioni umane, non tarda ad accorgersi ch' esse per lo più, si riferiscono a rappresentazioni prodotte. V' è chi è abituato a vedere disposti i suoi gingilli e i suoi libri sul suo tavolino sempre in una determinata posizione. Ogni alterazione del loro consueto posare lo irrita, lo annoia. Quei gingilli, quei libri formano con le loro distanze, con le loro relazioni, con le loro differenze delle rappresentazioni prodotte

(1) Fatta astrazione naturalmente da quelle alterazioni che son dettate dal cangiare della moda e che acquistano quindi valore per suggestione.

alle quali s'era abituato. Chi non ha provato un'impressione disaggradevole nel trovare, ritornato alla campagna dopo una certa assenza, le linee del noto paesaggio alterate da un nuovo casolare?

Ogni innovazione di forme, di rapporti, di relazioni, ogni alterazione dell'usuale, che non s'imponga subito per virtù di straordinari pregi estetici o d'altro manifesto valore intrinseco, è accolta con diffidenza, se non con istintiva ostilità. Il nuovo è l'intruso che altera gli usuali rapporti, che sposta le consuete relazioni, che muta le usuali forme. Ma a quei rapporti, a quelle relazioni, a quelle forme s'allaccia ormai per effetto dell'abitudine un'intonazione sentimentale, che si rivela più manifestamente quale sentimento di disvalore, appena al loro alterarsi o al loro sparire

L'abitudine alle rappresentazioni prodotte crea dunque un fatto di valore.

5. — I valori d'abitudine quali valori funzionali.

L'abitudine ad un oggetto ha la sua origine in quel complesso di alterazioni disposizionali che accompagna e segue la sua ripetuta appercezione. Prima condizione all'abitudine sembra quindi essere il fatto che elementi uguali o almeno molto simili, sieno ripetutamente afferrati psichicamente, entro intervalli di tempo non troppo rilevanti. Siccome non è però ammissibile che le rappresentazioni passate sieno causa diretta del sentimento di piacere che accompagna le rappresentazioni successive, siccome non crediamo ad un'azione che faccia valere i suoi effetti anche nel tempo, così siamo costretti d'interpolare tra le rappresentazioni, quale causa mediata, e il sentimento di valore eccitato, un termine intermedio quale loro congiunzione causale. Il quale termine si cercherebbe però invano nei dati psichici che accompagnano il fatto d'abitudine, fatto che null'altro ci palesa se non un susseguirsi di rappresentazioni e l'apparire di un sentimento. Esso termine non è nulla di psichico, nè di fisico, anzi non è nulla di reale, ma è solamente un'alterazione di disposizioni preesistenti. Quali sieno i processi fisiologici che accompagnano

tale alterazione, non spetta a noi l'indagare, epperò i concetti, i principi e i metodi esposti, vanno considerati come assolutamente indipendenti da ogni teoria fisiologica.

Di qual natura sarà ora l'alterazione disposizionale causata dalle ripetute appercezioni delle rappresentazioni prodotte? In ogni appercezione è bisogno distinguere due elementi: l'atto di appercezione e il contenuto di appercezione, che nel nostro caso è anche contenuto della rappresentazione. Gli effetti della ripetuta appercezione di una rappresentazione prodotta potrebbero farsi valere tanto rispetto al contenuto di rappresentazione, quanto rispetto all'atto di appercezione. Senonchè un'alterazione del contenuto di rappresentazione non è notata dall'esperienza nemmeno dopo un numero rilevantissimo di appercezioni. L'alterazione disposizionale non può quindi riferirsi che all'atto di appercezione. Insegna difatti a questo proposito ogni trattato di psicologia, come l'atto di appercezione di distanze, di relazioni, di differenze uditive, visive, tattili, si faccia coll'esercizio ognor più facile, ognor più esatto. Abitudine ed esercizio nella loro essenza sono equivalenti, ambidue traendo origine dalla medesima causa, dal susseguirsi cioè di una serie di rappresentazioni uguali, cui si rivolge la nostra attenzione; è ovvio quindi che avranno uguali anche gli effetti. L'abitudine a determinate relazioni, differenze, distanze, in genere a determinate rappresentazioni prodotte facilità l'atto di appercezione.

Di data recentissima è lo studio degli effetti che compie l'esercizio sull'appercezione delle forme. È merito speciale di VITTORIO BENUSSI, dell'Università di Graz, l'aver dimostrato sperimentalmente come la frequente e continua appercezione della stessa forma non solo faciliti l'atto di appercezione, ma faccia sì che questo si compia con maggior esattezza e minor sforzo. Nello studio: «*Zur Psychologie des Gestalterfassens*», pubblicato *neile Untersuchungen zur Gegenstands Theorie und Psychologie* del MEINONG (A. Barth, Lipsia 1904) il BENUSSI determina con scrupolosità di metodo, partendo dalla nota figura di MÜLLER-LYER, i fattori che influenzano l'appercezione della forma, e trova che l'esercizio v'occupa un posto eminente. Esso aumenta notevolmente la

disposizione all'appercezione, ne facilita l' atto e fa sì che la rappresentazione stessa acquisti in chiarezza ed evidenza (op. cit., pag. 339).

I risultati delle indagini del BENUSSI vengono del resto a suffragare coll' esperimento scientifico, un fatto noto già alla esperienza comune. È risaputo cioè che una melodia più complessa e nuova, può riuscire ad una prima audizione assolutamente incomprensibile; si possono cioè udire i singoli suoni, senza afferrare la melodia, senza afferrare cioè la forma sonora. Ad una seconda o terza audizione invece l'atto d'appercezione diviene già più facile, e quanto più frequente è l'occasione a riudirla, tanto più esatta ed evidente riesce la sua rappresentazione, mentre lo sforzo richiesto dall'atto intellettivo si fa notoriamente minore.

L' atto di appercezione delle rappresentazioni prodotte riesce quindi facilitato dall' esercizio. Questa facilitazione rappresenta il termine di congiunzione nel rapporto causale tra esercizio e sentimento di piacere. L' esercizio facilita l' atto di appercezione e tale facilitazione ha per conseguenza un sentimento di piacere che è fondamento al fatto di valore. Che l'agevolamento del realizzarsi di un avvenimento psichico abbia a destare un sentimento di piacere è un' opinione, che, in forma meno concreta, incontriamo già nel HERBART e che è condivisa del resto anche oggi da non pochi eminenti filosofi. « Avvenimenti o fatti psichici », osserva a mo' d' esempio il LIPPS (1), « eccitano un sentimento di piacere a misura che la loro realizzazione incontra nella coscienza condizioni favorevoli ». « Piacere è il sintomo conoscitivo immediato che un fatto psichico trova condizioni favorevoli alla sua appercezione, dispiacere è l' espressione conoscitiva che determinati avvenimenti psichici stanno in contraddizione con la natura della psiche, che essi significano per essa una costrizione, che le condizioni alla loro realizzazione sono poco buone o pessime ».

Il LIPPS compie evidentemente una generalizzazione che non ha fondamento nell' esperienza. Poichè non ogni apperce-

(1) LIPPS: IV *Aesthetik*, pag. 10.

zione denota nello sforzo necessario alla sua appercezione una certa variabilità; questa, come vedemmo, si fa valere soltanto per quelle appercezioni che al loro realizzarsi richieggono una attività psichica speciale, per l'appercezione delle rappresentazioni prodotte dunque. Così limitata non credo si possa opporre a questa teoria valide obbiezioni.

La sua legittimità si palesa del resto in modo abbastanza evidente in certi stati d'animo, noti anche ad un superficiale osservatore della psiche umana. Se per la prima volta v'avviene di passare in fretta attraverso una grande città, a voi prima d'allora sconosciuta, quel turbinio di nuove impressioni, di piazze, di edifizi, monumenti ecc. ecc. finirà col turbarvi e col produrre in voi un sentimento di stanchezza e di pena. Egli è che l'appercezione di tante forme nuove, richiede da voi uno sforzo psichico sproporzionato alle vostre disposizioni; l'atto di appercezione si compie appena con grandi difficoltà, onde ne proviene un sentimento di pena. Se invece dopo una prolungata assenza, passate attraverso una città nella quale avete soggiornato più tempo, troverete indubbiamente, al rivedere le note piazze e contrade, un sentimento di piacere, che non è punto di fantasia, ma reale, e non proviene da ricordi personali o da altre associazioni allacciantesi a quegli oggetti, dappoichè si manifesta anche di fronte a cose che mai occuparono un posto qualsiasi nella vostra orbita intellettiva o emotiva; è la gioia del rivedere, è il piacere che proviene dalla facilità con cui si compie l'atto di appercezione. Ogni riuscita attività psichica è cagione di piacere.

L'esercizio — e quindi anche l'abitudine — facilità l'appercezione delle forme, e tale facilitazione dà origine ad un sentimento di piacere, il quale viene quindi ad avere per sua premessa naturale l'appercezione stessa. Ora appercepire è equivalente a giudicare. Il sentimento di piacere destato dall'abitudine ha per sua premessa un giudizio e appartiene perciò ai sentimenti di valore. Così l'abitudine ad un oggetto crea un fatto di valore.

Qui però si potrebbe sollevare un'obbiezione. Se un tal fatto di valore è una funzione dello sforzo richiesto dall'atto di appercezione d'un oggetto e se questo sforzo diminuisce

costantemente con l'esercizio e quindi anche con l'abitudine, il valore generato dall' abitudine ad un oggetto non dovrebbe raggiungere mai un massimo. O in altri termini: il valore che acquista un oggetto per abitudine dovrebbe essere illimitato, se illimitato è il tempo durante il quale l' oggetto agisce su di noi. L'obbiezione sarebbe fondata ove fosse esatta la premessa, ove cioè l' esercizio all'appercezione non avesse limiti. Insegnano invece le esperienze del BENUSSI sull'appercezione delle forme, che l'esercizio influenza, sì, l'atto di appercezione, agevolandolo e migliorandolo gradatamente, ma che alla sua influenza è posto però un limite; appercepita una volta una forma quale perfetta unità, non è più possibile aumentarne la perfezione, onde l'esercizio e le disposizioni da esso create permangono allo stadio raggiunto. Il medesimo deve valere per l'abitudine; le disposizioni che da essa risultano devono farsi costanti, non appena è raggiunto un determinato massimo.

Trieste, 1908.

RIVISTA DI PSICOLOGIA APPLICATA

1909 - Anno V

Direttore: **G. C. Ferrari** - Imola (Bologna)

Esce in fascicoli di più di 80 pagine ciascuno, illustrate, ogni 2 mesi. Contiene in ogni numero articoli originali, note e discussioni su argomenti di attualità, bibliografie e notizie.

Abbonamento annuo L. 10 per l'Italia, L. 14 per l'Estero

Sono disponibili alcune copie delle annate precedenti ai seguenti prezzi:

Anno I - 1905 (esaurito) . . . . . L. 15
Anno II - 1906 . . . . . L. 8
Anno III - 1907 . . . . . L. 8
Anno IV - 1908 . . . . . L. 10

Le 4 annate cumulativamente pei nuovi abbonati costano L. 40.—

Pagamento anticipato